



**PENGARUH KEPERCAYAAN, PERSEPSI NILAI,
PERSONAL SELLING, DAN *WORD OF MOUTH*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
*HERBALIFE DI KLUB BODY SIPP KUDUS***

Abstraksi ini diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan jenjang pendidikan
Strata satu (S1) pada Fakultas Ekonomi
Universitas Muria Kudus

Diajukan oleh :

Riska Tri Anggarani
NIM. 2014-11-437

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2018**

**PENGARUH KEPERCAYAAN, PERSEPSI NILAI, PERSONAL SELLING,
DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
HERBALIFE DI KLUB BODY SIPP KUDUS**

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi

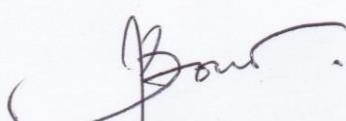
Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus

Kudus, 2018

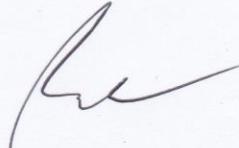
Kudus, 2018

Mengetahui,
Ketua ProgDi

Pembimbing I



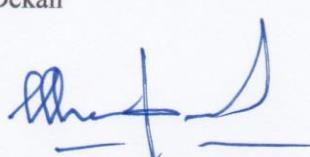
AGUNG SUBONO, SE, M.Si
NIDN. 0520017602



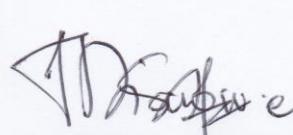
SUTONO, SE., MM, Ph.D
NIDN. 0626017003

Mengetahui,
Dekan

Pembimbing II



Dr. H. MOCHAMAD EDRIS, Drs, MM
NIDN. 0618066201



DIAN WISMAR'EIN, SE, MM
NIDN. 0612127702

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO :

- 1.** Allah akan meninggikan orang-orang yang beriman diantaramu dan orang-orang yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat (**Q.S. Al-Mujadalah : 11**)
- 2.** Barang siapa merintis jalan mencari ilmu maka Allah akan memudahkan baginya jalan ke surga (**H.R Muslim**).

PERSEMBAHAN

Dengan mengucap syukur Alhamdulillah, kupersembahkan skripsi ini untuk orang-orang yang ku sayangi :

1. Untuk Bapak dan Ibu tercinta
2. Untuk Kakak-kakakku dan adikku tersayang
3. Seluruh Dosen dan Dosen Pembimbing
4. Teman Kelas F Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus Tahun 2014.
5. Untuk Almamaterku Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas segala limpahan rahmaynya-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian dan menyusun skripsi dengan judul **PENGARUH KEPERCAYAAN, PERSEPSI NILAI, PERSONAL SELLING, DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK HERBALIFE DI KLUB BODY SIPP KUDUS** yang merupakan syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.

Pada kesempatan ini, perkenankanlah penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada yang terhormat :

1. Bapak Dr. H. Mochamad Edris. Drs, MM, Dekan Universitas Muria Kudus.
2. Bapak Agung Subono, SE, M.Si, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus yang telah menyetujui usulan rancangan penulisan skripsi ini.
3. Bapak Sutono, SE, MM, Ph.D, Dosen pembimbing I yang telah memberikan bimbingan dan pengarahannya.
4. Ibu Dian Wismar'ein, SE, MM, Dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan pengarahannya.
5. Seluruh Dosen yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat selama masa perkuliahan.
6. Responden yang telah memberikan waktu guna pengisian kuesioner.

7. Untuk Bapak dan Ibu tercinta, Bapak (Imam Biladin) dan Ibu (Sri Rejeki) Motivator terbesar dalam hidupku, yang tak pernah jemu mendo'akan dan menyayangiku, atas semua pengorbanan dan kesabaran mengantarku sampai kini. Tak cukup ku membalas cinta Bapak dan Ibu padaku. Love u
8. Untuk Kakak-kakakku tersayang (Mba Irma dan Mba Mega) , serta adik kecilku (Cintya) yang telah memberiku semangat, sehingga ku dapat menyelesaikan skripsi ini sampai tuntas.
9. Terimakasih pula untuk seluruh dosen-dosen pembimbing dan khususnya untuk dosen pembimbingku (Bapak Sutono, SE, MM, Ph.D dan Ibu Dian Wismar'ein, SE, MM) yang telah sabar tak kenal lelah membimbing dan memberiku masukan.
10. Untuk seseorang yang senantiasa membantuku, menemaniku, dan selalu memberi semangat dan dukungannya. Thankyouuuu yaa
11. Terimaksih untuk seluruh keluarga Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus Tahun 2014 khususnya teman-temanku kelas F yang tak mungkin kusebutkan satu persatu yang senasip dan seperjuangan. Sukses buat kedepannya.
12. Serta tak lupa teruntuk JRR Squad sahabatku (Mbak Niha, Mbak Lila, Mbak Lia, Fara, Yuli, Winda, Isna). Terimakasih untuk persahabatan yang tak pernah pecah susah seneng bareng, dan bisa lulus bareng, Semoga persahabatan kita bisa terjaga sampai kita nikah dan menjadi tua. Amin.. Love u all and I miss u forever
13. Untuk Almamaterku Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.

Semoga segala bantuan dan kebaikan tersebut mendapat limpahan balasan dari Allah SWT. Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari sempurna dan masih banyak kekurangan, karena ini semua disebabkan keterbatasan waktu, tenaga, biaya dan kemampuan penulis. Oleh karena itu segala kritik dan saran yang bersifat membangun senantiasa penulis harapkan demi kesempurnaan skripsi ini.

Penulis berharap skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi pembaca.
Amien.

Kudus, Juli 2018
Penulis

Riska Tri Anggrarani
NIM. 2014-11-437

ABSTRAK

PENGARUH KEPERCAYAAN, PERSEPSI NILAI, PERSONAL SELLING, DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK HERBALIFE DI KLUB BODY SIPP KUDUS

Riska Tri Anggarani

NIM. 2014-11-437

Dosen Pembimbing I : Sutono, SE, MM, Ph.D

Dosen pembimbing II : Dian Wismar'ein, SE, MM

Penelitian ini bertujuan menguji pengaruh kepercayaan, persepsi nilai, *personal selling*, dan *word of mouth* berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk *Herbalife* di Klub *Body Sipp* Kudus baik secara parsial secara berganda. Obyek penelitian penelitian ini adalah para konsumen yang membeli produk *herbalife* di Klub *Body Sipp* Kudus. Pengumpulan datanya menggunakan kuesioner, sumber datanya berupa data primer dan data sekunder. sampel penelitian sebanyak 100 responden. Analisis data menggunakan uji Regresi Berganda, uji hipotesis (t dan F), serta koefisien determinasi (*Adjusted R Square*). Berdasarkan hasil pengujian dugaan penelitian menggunakan analisis regresi, uji hipotesis, dan koefisien determinasi diperoleh kesimpulan sebagai berikut ini. (1) Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk *Herbalife* di Klub *Body Sipp* Kudus. (2) Persepsi nilai berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk *Herbalife* di Klub *Body Sipp* Kudus. (3) *Personal selling* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk *Herbalife* di Klub *Body Sipp* Kudus (4) *Word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk *Herbalife* di Klub *Body Sipp* Kudus. (5) Kepercayaan, persepsi nilai, *personal selling*, dan *word of mouth* pengaruh positif dan signifikan berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk *Herbalife* di Klub *Body Sipp* Kudus secara berganda.

Kata kunci : Kepercayaan, persepsi nilai, *personal selling*, *word of mouth* keputusan pembelian

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF BELIEFS, PERCEPTIONS OF VALUES, PERSONAL SELLING, AND WORD OF MOUTH OF THE PRODUCT PURCHASE HERBALIFE CLUB BODY SIPP KUDUS

Riska Tri Anggarani

NIM. 2014-11-437

Advisor I : Sutono, SE, MM, Ph.D

Advisor II : Dian Wismar'ein, SE, MM

*This research aims to test the influence of beliefs, perceptions of values, personal selling, and word of mouth influence on purchasing decisions product Herbalife at Club Body Sipp Kudus well partially in multiple. The object of this research study are the consumers who buy the products herbalife at Club Body Sipp. The collection of data using questionnaires, the source of the data in the form of primary data and secondary data. sample research as much as 100 respondents. Data analysis using Multiple Regression tests, test the hypothesis (*t* and *F*), as well as the coefficient of determination (Adjusted *R Square*). Based on the results of testing the alleged research using regression analysis, test hypotheses, and the coefficient of determination of the obtained conclusions as follows. (1) the trust is a positive and significant effect against Herbalife product purchasing decision at Club Body Sipp. (2) the perception of the value of a positive and significant effect against Herbalife product purchasing decision at Club Body Sipp. (3) Personal selling positive and significant effect against Herbalife product purchasing decision at Club Body Sipp (4) Word of mouth effect positively and significantly to the Herbalife product purchasing decision at Club Body Sipp. (5) the beliefs, perceptions of values, personal selling, and word of mouth influence positive and significant effect on purchasing decisions product Herbalife at Club Body Kudus Sipp double.*

Keywords: Beliefs, perceptions of values, personal selling, word of mouth purchase decisions

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Ruang Lingkup	5
1.3 Perumusan Masalah	5
1.4. Tujuan Penelitian	6
1.5. Manfaat Penelitian	7
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1. Kepercayaan	8
2.2. Persepsi Nilai	14
2.3. <i>Personal Selling</i>	17
2.4. <i>Word of Mouth</i>	20
2.5. Keputusan Pembelian	26
2.6. Pengaruh Antar Variabel	29
2.7. Tinjauan Penelitian Terdahulu	32
2.8. Kerangka Pemikiran Teoritis	38
2.9. Hipotesis	39
BAB. III. METODE PENELITIAN	40
3.1. Rancangan Penelitian	40
3.2. Variabel Penelitian	40
3.3. Jenis dan Sumber Data	40

3.4. Penentuan Populasi dan Sampel	45
3.5. Metode Pengumpulan Data	46
3.6. Pengolahan data	47
3.7. Uji Instrumen Data	49
3.8. Analisis Data	53
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	58
4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian	58
4.1.1. Profil Herbalife di Klub <i>Body Sipp Kudus</i>	61
4.1.2. Profil Herbalife di Klub <i>Body Sipp Kudus</i>	61
4.2. Penyajian Data	62
4.2.1. Deskripsi Responden	62
4.2.2. Penilaian Responden terhadap Variabel Variabel Kepercayaan, Persepsi Nilai, <i>Personal Selling</i> , <i>Word o f Mouth</i> terhadap Keputusan Pembelian Produk	65
4.2.3. Variabel <i>Personal Selling</i> (X_3).....	67
4.2.4. Variabel <i>Word of Mouth</i> (X_4)	68
4.2.5. Variabel Keputusan Pembelian (Y)	68
4.3. Analisis Data	70
4.3.1. Analisis Regresi	70
4.3.2. Uji Hipotesis	72
4.4. Pembahasan	79
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN.....	84
5.1. Kesimpulan	84
5.2. Saran	84
DAFTAR PUSTAKA	86
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Data Top Brand Index (TBI) merek pada tahun 2017	39
3.1. Uji Validitas Variabel Kepercayaan	49
3.3. Uji Validitas Variabel <i>Personal Selling</i>	51
3.4. Uji Validitas Variabel <i>Word of Mouth</i>	51
3.5. Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian	52
4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	62
4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	63
4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .	63
4.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	64
4.5. Tanggapan Responden terhadap Kepercayaan Produk <i>Herbalife di Klub Body Sipp Kudus</i>	65
4.6. Tanggapan Responden terhadap Persepsi Nilai <i>Herbalife di Klub Body Sipp Kudus</i>	66
4.6. Tanggapan Responden terhadap Persepsi Nilai <i>Personal Selling Herbalife di Klub Body Sipp Kudus</i>	67
4.7. Tanggapan Responden terhadap Personal Selling <i>Herbalife di Klub Body Sipp Kudus</i>	67
4.8. Tanggapan Responden terhadap <i>Word of Mouth Herbalife di Klub Body Sipp Kudus</i>	68
4.9. Tanggapan Responden terhadap Keputusan Pembelian <i>Herbalife di Klub Body Sipp Kudus</i>	69
4.10. Hasil Output Estimasi Regresi	70
4.11. Hasil Koefisien Regresi	70
4.12. Uji Hipotesis Pengaruh secara Parsial Kepercayaan (X1), Persepsi Nilai (X2), <i>Personal Selling</i> (X3), dan <i>Word of Mouth</i> (X4) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	73
4.13. Hasil Uji Berganda (Uji F)	77
4.14. Hasil Pengujian Hipotesa dengan Uji F	78

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 2.1. Kerangka Pikir Teoritis	38
---	----